

BAB III

TINJAUAN UMUM

A. Efisiensi

Strategi dalam membangun usaha belum bisa dikatakan efisien apabila modal yang dikeluarkan untuk membangun usaha tersebut cukup besar tetapi hasilnya tidak sebanding dengan modal yang dikeluarkan.

Efisien berarti sebuah hasil telah dicapai dan diwujudkan melalui perencanaan dan pengelolaan yang optimal dengan mengutamakan alat yang tepat, biaya yang lebih rendah sesuai rencana atau penekanan pada waktu penyelesaian yang lebih cepat. Bila dirincikan secara lebih jelas lagi, efisiensi itu beorientasi pada salah satu atau beberapa aspek berikut ini:

1. Pencapaian target biaya yang dikeluarkan masih dibawah rencana. Berarti ada selisih antara target biaya dengan realisasi biaya yang kita sebut efisiensi.
2. Proses yang dipilihnya lebih terfokus pada penggunaan alat, dengan cara dan taktik yang diperhitungkan dengan baik dan matang agar diperoleh hasil yang maksimal.
3. Pencapaian target tunggal dari aspek waktunya lebih cepat dari target yang direncanakan untuk menghasilkan target penjualan yang sesuai dengan yang diinginkan, yaitu aspek biaya dan aspek waktunya. Jadi, bisa diperoleh dari satu aspek saja atau beberapa aspek diatas, bisa juga secara bersamaan.

Sebagai contoh: ketika ingin meluncurkan produk baru dengan kualitas tertentu dan menginginkan terjadinya efisiensi waktu yang dicapai dalam proses

peluncurannya agar lebih singkat (realisasi waktu kerja lebih cepat dari target waktu yang ditentukan). Namun, kemungkinannya bisa mengorbankan biaya yang dikeluarkan atau kualitasnya tidak diutamakan. Itulah sebuah konsekuensi dari pemikiran yang berorientasi pada efisiensi.¹

Pengertian efisiensi menurut H.Emerson efisiensi adalah perbandingan yang terbaik antara input (masukan) dan output (hasil antara keuntungan dengan sumber-sumber yang dipergunakan), seperti halnya juga hasil optimal yang dicapai dengan penggunaan sumber yang terbatas.² Sedangkan arti efisiensi menurut kamus besar bahasa Indonesia yaitu tepat atau sesuai untuk mengerjakan (menghasilkan) sesuatu (dengan tidak membuang-buang waktu, biaya dan tenaga) mampu menjalankan tugas dengan tepat cermat, berdaya guna, bertepatan guna.

Efisiensi berhubungan dengan biaya yang seminimal mungkin untuk mencapai tujuan tersebut. Konsep laba merupakan konsep yang menghubungkan antara pendapatan atau penghasilan yang diperoleh perusahaan disatu pihak, dan biaya yang harus ditanggung atau dikeluarkan di pihak lain, perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan. Di sisi lain perusahaan menekan biaya sekecil mungkin sehingga konsep efisiensi tercapai.³

¹ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2011),h.178

² <http://dansite.wordpress.com/2009/03/28/pengertian-efisiensi/>

³ Martono, Agus Harjito, *Manajemen Keuangan*, Cet. Ke-6 (Yogyakarta: Ekonomi Kampus Fakultas Ekonomi VII, 2005), h. 2

Karena Efisiensi merupakan kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar. Dalam perusahaan, usaha meningkatkan efisiensi umumnya dihubungkan dengan biaya yang kecil untuk memperoleh hasil tertentu atau biaya tertentu untuk hasil yang banyak. Ini berarti pemborosan ditekan sekecil mungkin dan sesuatu yang mungkin untuk mengurangi biaya ini dilakukan dengan efisiensi.⁴

Misalnya suatu pekerjaan dapat dikerjakan dengan cara A dan cara B. untuk cara A dapat dikerjakan selama 1 jam sedangkan cara B dikerjakan dengan waktu 3 jam. Dengan begitu dengan cara A (cara yang benar) baru bisa dikatakan cara yang efisiensi bila dikerjakan dengan cara B.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan efisiensi adalah kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan biaya, waktu, tenaga, semimum mungkin untuk mencapai tujuan perusahaan dengan penggunaan sumber daya secara minimum guna pencapaian hasil yang optimal. Karena efisiensi hanya dapat dievaluasi dengan penilaian-penilaian relative, membandingkan antara masukan dan keluaran yang diterima.

B. Distribusi

Distribusi menurut KBBI ada dua definisi, *pertama*, penyaluran (pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau beberapa tempat, *yang kedua* yaitu

⁴ T. Hani Handoko, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, (Yogyakarta: BPFE UGM, 1991), h.7

pembagian barang keperluan sehari-hari (terutama dalam masa darurat) oleh pemerintah kepada pegawai negeri, penduduk, dan sebagainya.⁵

Keputusan perusahaan tentang distribusi menentukan bagaimana cara produk yang dibuatnya dapat dijangkau oleh pelanggannya. Perusahaan mengembangkan strategi untuk memastikan bahwa produk yang didistribusikan kepada para pelanggan berada pada tempat yang tepat.

Untuk itu perlu halnya pemahaman tentang saluran distribusi yang tepat dalam sebuah usaha. Saluran Distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ketangan konsumen.⁶

Menurut David A. Revzan saluran distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai. Sedangkan saluran distribusi menurut Philip kotler adalah sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak, atau membantu dalam mengalihkan hak atas barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen kekonsumen.

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa fungsi dan peranan saluran distribusi sebagai salah satu aspek kegiatan pemasaran perusahaan didalam usaha mendistribusikan barang atau jasa dari titik produsen ke konsumen akhir merupakan kegiatan yang sangat penting. Kegiatan-kegiatan pemasaran yang berkaitan dengan

⁵ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa departemen pendidikan Nasional, 2008), cet. Ke-3, h. 360

⁶ M.Fuad, pengantar Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006),h.129.

produk, penetapan harga dan promosi, yang dilakukan belum dapat dikatakan sebagai usaha terpadu kalau tidak dilengkapi dengan kegiatan distribusi.⁷

Saluran Distribusi memiliki elemen yang berperan dalam proses distribusi yaitu perantara. Perantara yang dimaksud adalah pengecer, pedagang grosir, atau pedagang besar (*whole seller*). Pengecer adalah pedagang yang menjual barang hasil produksi produsen langsung ke pemakai akhir (*end user*). Pedagang grosir adalah pedagang yang menjual barang hasil produksi produsen dengan kapasitas lebih besar dibandingkan pengecer. Pedagang besar (*whole seller*) adalah pedagang yang menjual barang hasil produksi produsen dengan kapasitas yang besar.⁸

Berikut ini adalah beberapa saluran distribusi yang lazim digunakan dalam perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Saluran Langsung

Ketika produsen melakukan transaksi langsung dengan pelanggan, perantara pemasaran diikutsertakan, situasi ini disebut sebagai **Saluran Langsung**. Sebagai contoh dari saluran langsung adalah perusahaan seperti Land's End yang memproduksi pakaian dan menjualnya langsung kepada pelanggan. Perusahaan secara berkala mengirimkan catalog kepada konsumen, yang memesan pakaian melalui pos. perusahaan juga memiliki situs yang memberikan fasilitas kepada konsumen untuk memesan secara *online*.

⁷ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002), h. 297

⁸ Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.228-229

Sistem distribusi saluran langsung memiliki keuntungan dan kerugian. Berikut ini adalah keuntungan sistem distribusi saluran langsung yaitu sebagai berikut:

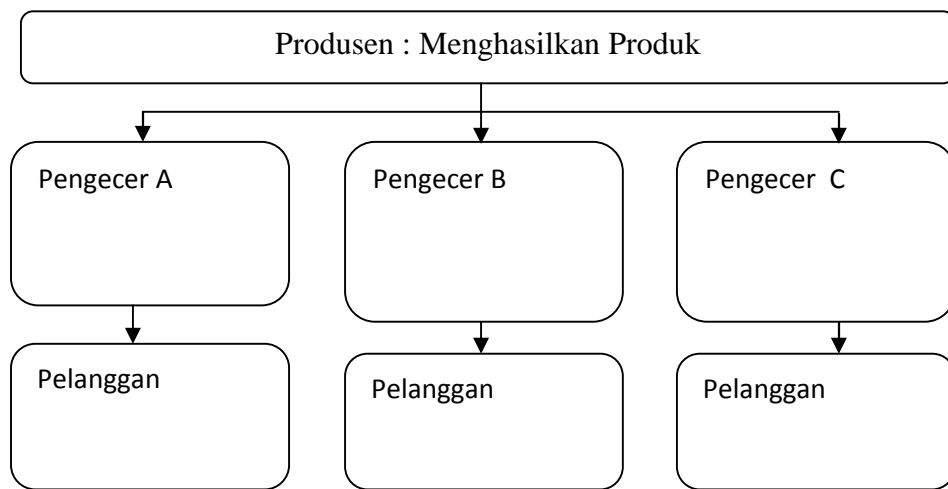
- a. Perbedaan yang jelas antara biaya produksi dan harga yang dibayar oleh pelanggan kepada produsen.
- b. Produsen dapat dengan mudah mendapatkan masukan atas produk secara langsung.

Sistem distribusi Saluran langsung juga memiliki kerugian yaitu sebagai berikut:

- a. Produsen yang menggunakan saluran langsung memerlukan karyawan yang lebih banyak.
- b. Produsen harus menjual produknya secara kredit saat menjualnya kepada konsumen.

2. Saluran Satu-Tingkat

Dalam Saluran Satu-Tingkat, satu perantara pemasaran berada diantara produsen dan konsumen. Beberapa perantara pemasaran (disebut pedagang) menjadi pemilik dari produk dan kemudian menjualnya kembali. Sebagai contoh: pedagang grosir yang bertindak sebagai pedagang dengan membeli produk secara borongan dan menjualnya kembali kepada perusahaan lain. Untuk saluran Satu-Tingkat dapat dilihat pada skema dibawah ini:

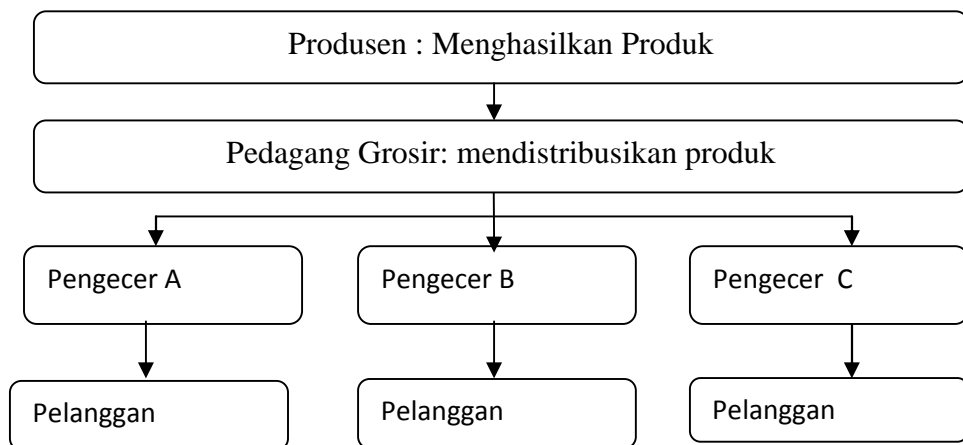


Gambar III.1 distribusi Saluran Satu-Tingkat

3. Saluran Dua-Tingkat

Beberapa produk melewati distribusi Saluran Dua-Tingkat, dimana dua perantara pemasaran berada diantara produsen dan konsumen. Sebagai contoh, perhatikan perusahaan yang memproduksi produk olahan kayu dan menjualnya pada pedagang grosir, yang pada gilirannya menjualnya kepada berbagai pengecer. Setiap potongan produk olahan kayu melalui dua pedagang sebelum sampai kepada pelanggan. Sebagai alternatif, agen dapat mengambil pesanan produk olahan kayu dari toko pengecer; kemudian agen tersebut akan menghubungi perusahaan kayu tersebut dan mengatur agar produk olahan kayu tersebut dikirim ke pengecer. Pada kasus ini pedagang grosir digantikan dengan agen, tetapi tetap ada dua perantara. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada skema berikut ini:⁹

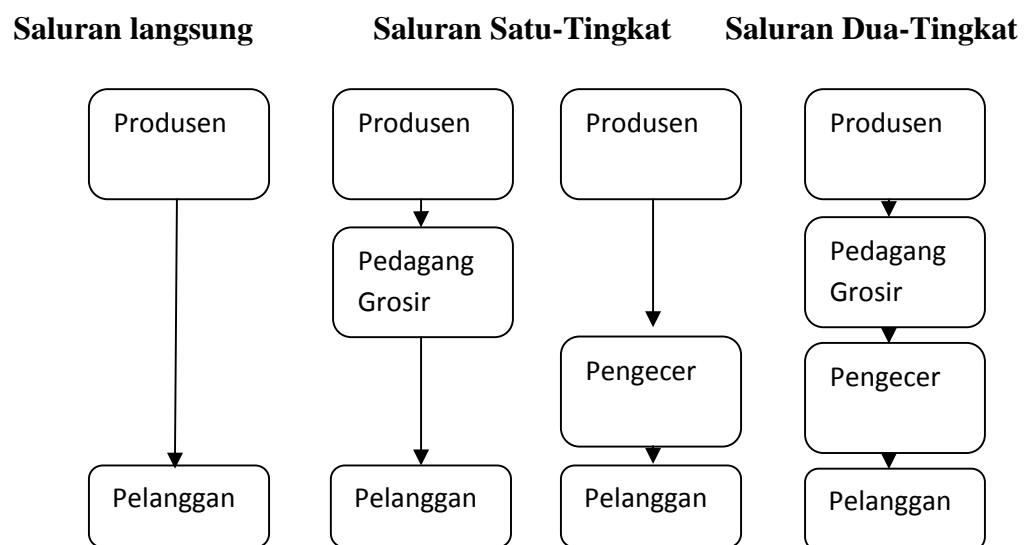
⁹ Jeff Madura, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011),h.127-129



Gambar III.2 Distribusi Saluran Dua-Tingkat

4. Faktor-Faktor yang Menentukan Optimalisasi Saluran Distribusi

Saluran distribusi yang paling bagus tergantung kepada karakteristik produk, seperti kemudahan dalam pengangkutan, tingkat standarisasi, dan kemampuan untuk memenuhi pesanan dari internet. Pengaruh dari karakteristik tersebut dijelaskan sebagai berikut:



Gambar III.3 Perbandingan Sistem Distribusi Umum

a. Kemudahan dalam pengangkutan

Bila produk dapat dengan mudah diangkut, lebih baik menggunakan perantara. Apabila tidak dapat diangkut, produsen sebaiknya menjual secara langsung kepada konsumen. Sebagai contoh, pabrik yang menjual kolam renang harus berhubungan langsung dengan konsumen, karena produk tersebut dapat diteruskan kepada konsumen. Sebaliknya, peralatan kolam renang lainnya dapat diangkut dan lebih baik menggunakan perantara.

b. Tingkatan Standarisasi

Produk yang standar lebih baik menggunakan perantara. Saat spesifikasi menjadi unik untuk setiap konsumen, produsen lebih baik berhubungan langsung dengan konsumen. Sebagai contoh, pemilihan mebel kantor yang khusus untuk perusahaan mungkin bervariasi untuk setiap perusahaan. Produk yang khusus tidak dapat distandarisasi dan tidak dapat ditawarkan pada toko pengecer.

c. Pesanan melalui internet

Perusahaan yang menerima pesanan melalui internet cenderung menggunakan sistem saluran langsung dalam distribusinya. Karena situs mereka merupakan pengganti toko pengecer. Sebagai contoh, Amazon.com menyediakan layanan daftar buku dan produk lainnya yang dapat dikirimkan kepada pelanggan sehingga pelanggan tidak perlu lagi ke toko pengecer untuk membeli produk tersebut.¹⁰

¹⁰ *Ibid*, h.127

Faktor-faktor yang menentukan optimalisasi saluran distribusi dapat juga dilihat dari pertimbangan pasar, pertimbangan produk, pertimbangan situasi dan kondisi, dan pertimbangan perantara. Berikut ini merupakan penjelasannya:

a. Pertimbangan Pasar

Pertimbangan pasar dalam memilih saluran distribusi adalah dengan memperhatikan jenis pasar, jumlah konsumen potensial, dan konsentrasi pasar secara geografis. Manakala pasarnya adalah pasar persaingan sempurna maka saluran distribusi yang dipilih sebaiknya yang mampu mendistribusikan produk secara luas, bukan hanya pedagang eceran kalau perlu pedagang besarlah yang dipilih untuk mendistribusikan produk.

Namun bila pasarnya monopoli maka tidak diperlukan perantara penjualan produk. Kedua jenis pasar tersebut umumnya jarang terdapat dalam kehidupan, kalau pun ada jumlah produsen yang melayani pasar itu jumlahnya sangat sedikit. Yang banyak adalah pasar monopolistic dan pasar oligopolistic. Untuk kedua jenis pasar itu diperlukan kecerdasan menilai situasi dan kondisi dalam memilih saluran distribusi. Bila memang tidak diperlukan penyebaran produk secara meluas maka mungkin hanya diperlukan satu atau dua pedagang eceran saja. Sebaliknya bila dikehendaki pemasaran yang massif maka diperlukan pedagang besar (*whole seller*) untuk mendistribusikan produk.

b. Pertimbangan Produk

Pertimbangan produk juga menjadi pertimbangan saat memilih saluran distribusi. Produk yang memiliki nilai jual per unit tinggi sehingga menimbulkan

resiko manakala berada diluar gudang perusahaan maka sebaiknya tidak menggunakan jasa perantara distribusi atau bila diperlukan sekali bisa dipilih perantara distribusi dengan seleksi ketat dan berjumlah sangat sedikit. Berbeda dengan produk yang mempunyai nilai jual rendah per unit dan biasanya dijual dalam kuantiti yang banyak, memerlukan perantara distribusi yang banyak dan tersebar.

c. Pertimbangan Situasi dan Kondisi

Pasar sasaran dengan geografis tertentu juga memerlukan pertimbangan perantara saluran distribusi yang sesuai. Apabila produk diniatkan dengan pasar sasaran dengan daerah geografis tertentu maka perantara distribusi yang dipilih adalah perusahaan distribusi yang meliputi daerah geografis tersebut.

d. Perimbangan Perantara

Pertimbangan perantara menjadi dasar untuk memilih saluran distribusi yang tepat dikarenakan hal-hal: jasa yang disediakan perantara, ketersediaan perantara yang diinginkan, dan sikap perantara terhadap kebijakan produsen. Beberapa produsen menilai sikap perantara terhadap kebijakan produsen sebagai pertimbangan yang signifikan, karena seringkali terjadi perantara yang positif mendukung dan konstruktif dalam membangun hubungan bisnis menghasilkan hubungan hubungan yang saling menguntungkan, meskipun ditinjau dari jenis pasar, dan jenis produk tidak sesuai.

Kita mengetahui bahwa produk makanan seperti mie instan mempunyai perbedaan yang mendasar dengan produk bahan bangunan misalnya. Keduanya mengharuskan pemisahan tempat dan pemisahan perlakuan agar kualitas produk tetap terjaga dengan baik. Namun dalam beberapa kasus bisa kita jumpai, suatu perantara distribusi bahan bangunan ditunjuk juga menjadi perantara distribusi mie instan. Hal ini bisa terjadi karena pertimbangan reputasi perantara lebih dominan dari pada pertimbangan yang lain.¹¹

Saluran distribusi ini sangat penting diperhatikan dalam menunjang pendapatan suatu usaha. Dalam hal ini usaha Roti Bobo sudah melaksanakan saluran distribusi secara maksimal dan memperhatikan berbagai macam aspek yang mempengaruhi optimalisasi distribusi yang dijelaskan diatas.

5. Memilih Tingkatan Cakupan Pasar

Setiap perusahaan yang memiliki perantara pemasaran harus menentukan rencana atas cakupan pasar, atau tingkatan atas distribusi produk di antara toko pengecer. Cangkupan pasar dapat diklasifikasikan sebagai distribusi intensif, distribusi selektif, atau distribusi eksklusif penjelasannya sebagai berikut:

a. Distribusi Intensif

Untuk mencapai tingkatan cakupan pasar untuk semua tipe konsumen, distribusi intensif digunakan untuk mendistribusikan produk hampir ke semua toko. Perusahaan yang menggunakan distribusi insentif memastikan bahwa

¹¹ Sentot Imam Wahjono, *Op. Cit*, h. 230-231.

konsumen memiliki akses yang mudah ke produknya. Distribusi intensif dipergunakan untuk produk-produk seperti permen karet dan rokok, dimana tidak memakan banyak tempat pada tempat penjualan dan tidak memerlukan keahlian pegawai toko untuk menjual.

b. Distribusi selektif

Distribusi selektif dipergunakan untuk mendistribusikan produk melalui toko yang dipilih. Beberapa toko sengaja menghindarinya. Sebagai contoh, beberapa peralatan komputer yang khusus hanya dijual pada toko yang menjual komputer, yang memerlukan beberapa keahlian. Buku perguruan tinggi hanya dijual pada toko buku perguruan tinggi dan tidak pada toko buku pengecer.

c. Distribusi eksklusif

Dengan distribusi eksklusif, hanya satu atau beberapa toko yang menggunakan sistem ini. Distribusi ini sangat berbeda dengan distribusi yang lainnya. Sebagai contoh, beberapa barang mewah didistribusikan secara khusus pada beberapa toko yang melayani konsumen kelas atas.

6. Memilih Alat Transportasi yang Digunakan untuk Mendistribusikan Produk

Setiap distribusi produk dari produsen ke pedagang grosir atau dari pedagang grosir ke pengecer memerlukan transportasi. Biaya transportasi beberapa produk dapat melebihi biaya produksinya. Bentuk transportasi yang tidak efisien dapat menghasilkan biaya yang lebih tinggi dan keuntungan lebih rendah bagi

perusahaan. Untuk setiap bentuk transportasi, perusahaan harus memperkirakan waktu, biaya dan kemampuannya.

Penaksiran ini memberikan pilihan pada perusahaan untuk memilih metode transportasi yang optimal. Bentuk yang paling umum dari transportasi yang digunakan dalam distribusi produk dijelaskan sebagai berikut:

a. Truk

Truk secara umum digunakan sebagai alat angkutan karena mereka dapat mencapai setiap tujuan didarat. Mereka biasanya dapat mengangkut dengan cepat dan dapat berhenti beberapa kali.

b. Kereta Api

Kereta api biasanya digunakan untuk produk yang berat, khususnya ketika pengiriman dan penerima berada dekat dengan stasiun kereta api. Sebagai contoh, kereta api umum digunakan untuk mengangkut batu bara ke stasiun tenaga listrik.

c. Udara

Pengangkutan dengan menggunakan pesawat udara dapat lebih cepat dan lebih murah untuk barang-barang yang ringan seperti computer chip dan perhiasan.

d. Air

Untuk beberapa pantai atau lokasi, angkutan melalui air dapat dipertimbangkan. Pelayaran diperlukan dalam perdagangan internasional untuk beberapa barang seperti mobil. Transportasi air biasanya dilakukan untuk mengangkut produk dalam jumlah yang besar.

e. Pipa

Untuk produk seperti minyak dan gas, pipa dapat menjadi metode transportasi yang efektif. Bagaimanapun juga, penggunaan pipa hanya terbatas pada beberapa tipe produk.

7. Cara Mempercepat Proses Distribusi

Struktur dari distribusi perusahaan mempengaruhi kinerjanya. Proses distribusi yang panjang mempunyai dampak yang merugikan. Produk akan lebih lama sampai ketangan pelanggan, dimana dapat menyebabkan persaingan menyediakan produk ke pasar lebih cepat. Keadaan ini dapat mengakibatkan toko pengecer atau pelanggan memesan produk dari perusahaan lainnya.¹²

C. Distribusi dalam Islam

Distribusi dalam bahasa Arab diartikan dengan *dulat* yang berarti berputar, beredar, dan bergilir. Dengan demikian secara terminologi *dulat* adalah sesuatu proses peredaran yang konstan tanpa ada hambatan.¹³ Makna distribusi dalam ekonomi Islam sangatlah luas, yaitu mencakup pengaturan dalam kepemilikan unsur-unsur produksi dan sumber-sumber kekayaan. Terdapat perbedaan dalam sistem ekonomi tentang makna distribusi. Dimana kapitalisme memberi kebebasan

¹² Jeff Madura, *Op.Cit*, h.127-136.

¹³ Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), Cet.ke-1, h. 48

kepemilikan khusus, dan memperbolehkan pemindahan kekayaan dengan cara pewarisan atau hibah, dan tidak meletakkan kaidah-kaidah untuk penentuan hal tersebut.

Sementara ekonomi sosialis yang kini telah usang mengabaikan kepemilikan khusus bagi unsur-unsur produksi, dan menilai pekerjaan sebagai satu-satunya unsur bagi produksi. Adapun makna distribusi dalam ekonomi Islam maka jauh lebih luas lagi yaitu mencakup pengaturan kepemilikan unsur-unsur produksi dan sumber-sumber kekayaan. Di mana Islam memperbolehkan kepemilikan umum dan kepemilikan khusus, dan meletakkan bagi masing-masing dari keduanya kaidah-kaidah untuk mendapatkannya dan mempergunakannya, dan kaidah-kaidah untuk warisan, hibah, dan wasiat.

Sebagaimana ekonomi Islam juga memiliki politik dalam distribusi pemasukan, baik antara unsur-unsur produksi maupun antara individu masyarakat dan kelompok-kelompoknya, di samping pengembalian distribusi dalam sistem jaminan sosial yang disampaikan dalam ajaran Islam. Tujuan Distribusi dalam ekonomi Islam:

1. Tujuan dakwah

Yang dimaksud dakwah disini adalah dakwah kepada Islam dan menyatukan hati kepadanya. Diantara contoh paling jelas dalam hal tersebut adalah bagian muallaf di dalam zakat. Di mana muallaf itu ada kalanya orang kafir yang diharapkan keislamannya atau dicegah keburukannya, atau orang Islam yang diharapkan kuat

imannya, atau keislaman orang yang sepertinya, atau kebagusannya dalam jihad atau membela kaum muslimin.

2. Tujuan Pendidikan

Secara umum, bahwa distribusi dalam perspektif ekonomi Islam dapat mewujudkan beberapa tujuan pendidikan, di mana yang terpenting diantaranya adalah Pendidikan terhadap Akhlak yang terpuji, seperti suka memberi, berderma, dan mengutamakan orang lain serta mensucikan dari akhlak tercela, seperti pelit, dan mementingkan diri sendiri (egois).

3. Tujuan Sosial

Tujuan sosial terpenting bagi distribusi adalah sebagai berikut:

- a. Memenuhi kebutuhan kelompok yang membutuhkan , dan menghidupkan prinsip solidaritas didalam masyarakat muslim.
- b. Memperkuat ikatan cinta dan kasih sayang diantara individu dan kelompok didalam masyarakat.
- c. Mengikis sebab-sebab kebencian dalam masyarakat, yang akan berdampak pada terealisasinya keamanan dan ketentraman masyarakat.
- d. Keadilan dalam distribusi dan mencakup pendistribusian sumber-sumber kekayaan, pendistribusian pemasukan diantara unsur-unsur produksi, pendistribusian diantara kelompok masyarakat yang ada, dan keadilan dalam pendistribusian diantara generasi yang sekarang dan generasi yang akan datang.

4. Tujuan Ekonomi

Distribusikan dalam ekonomi Islam memiliki tujuan-tujuan ekonomi yang penting, dimana yang terpenting diantaranya adalah sebagai berikut ini:

1. Pengembangan harta dan pembersihannya; karena pemilik harta ketika menginfakkan sebagian hartanya kepada orang lain, baik infak wajib maupun sunnah, maka demikian itu akan mendorongnya untuk menginvestasikan hartanya sehingga tidak akan habis kerana zakat.
2. Memberdayakan sumber daya manusia yang menganggur dengan terpenuhi kebutuhannya tentang harta atau persiapan yang lazim untuk melaksanakannya dengan melakukan kegiatan ekonomi. Pada sisi lain, bahwa sistem distribusi dalam ekonomi Islam dapat menghilangkan faktor-faktor yang menghambat seseorang dari andil dalam kegiatan ekonomi; seperti utang yang membebani pundak orang-orang yang berhutang, atau hamba sahaya yang terikat untuk merdeka. Karena itu Allah *Ta'ala* menjadikan dalam zakat bagian bagi orang-orang yang berhutang, dan bagian bagi hamba sahaya. Dan, diantaranya yang berkaitan dengan pengembangan sumber daya manusia adalah yang tercakup dalam sistem distribusi ekonomi Islam tentang cara-cara motivasi, dimana orang yang melakukan kebaikan diberikan pahala, sedangkan orang yang melakukan keburukan akan mendapatkan siksa. Demikian pula memperhatikan kemampuan dan kemahiran ketika distribusi, adalah yang dapat mendorong individu-individu untuk mengembangkan kemampuan mereka dan kualitas kerja.

3. Andil dalam merealisasikan kesejahteraan ekonomi, di mana tingkat kesejahteraan ekonomi berkaitan dengan tingkat konsumsi. Sedangkan tingkat konsumsi tidak hanya berkaitan dengan bentuk pemasukan saja, namun juga berkaitan dengan cara pendistribusianya diantara individu masyarakat. Karena itu, kajian tentang cara distribusi yang dapat merealisasikan tingkat kesejahteraan ekonomi terbaik bagi umat adalah suatu keharusan dan keniscayaan.
4. Penggunaan terbaik terhadap sumber ekonomi, sebagai contohnya dapat kita cermati beberapa hal berikut ini:
 - a. Ketika sebagian harta orang yang kaya diberikan untuk kemaslahatan orang-orang yang miskin, maka kemanfaatan total bagi pemasukan umat menjadi bertambah. Sebab pemanfaatan orang-orang miskin terhadap harta tersebut akan menjadi pada umumnya lebih besar dari pada kemanfaatan harta tersebut masih berada di tangan orang yang kaya.
 - b. Ketika distribusi ekonomi dilakukan dengan adil, maka individu diberikan sebagaimana sumber-sumber umum sesuai kebutuhannya, dengan syarat dia memiliki kemampuan untuk mengeksplorinya, yang selanjutnya individu tidak akan menguasai sumber-sumber yang diterlantarkan atau buruk penggunaannya.
 - c. Dari politik distribusi dapat diambil manfaat dalam memotivasi individu-individu untuk melakukan sebagian kegiatan yang diharapkan. Di antara contoh demikian itu adalah motivasi Umar *Radhiyallahu Anhu* terhadap orang yang berternak kuda dan mengembangkannya di daerah taklukan, dimana

beliau memberikan tanah kepada orang yang berternak kuda dan mengembangkan di sana, karena mempertahankan kebutuhan kegiatan tersebut didaerah taklukan.¹⁴

Islam mengutamakan tema distribusi dengan perhatian besar yang nampak dalam beberapa fenomena sebagai berikut:

1. Banyaknya Nash Al-Qur'an dan hadist Nabi Saw yang mencakup tema distribusi dengan menjelaskan sistem manajemennya, himbauan komitmen kepada caranya yang terbaik, dan memperingatkan penyimpangan dari sistem yang benar. Sebagaimana Firman Allah Swt. dalam QS Al-Muddassir ayat 42-44 sebagai berikut:

مَا سَأَلَكُمْ فِي سَقَرٍ ۖ قَالُوا لَمْ نَكُ مِنَ الْمُصَلِّينَ ۖ وَلَمْ نَكُ نَطْعُمُ الْمَسْكِينِ ۖ

Artinya: "Apakah yang memasukkan kamu ke dalam Saqar (neraka)?" Mereka menjawab: "Kami dahulu tidak termasuk orang-orang yang mengerjakan shalat, dan kami tidak (pula) memberi makan orang miskin,"

Sangat jelas ayat diatas menjelaskan agar kita terhindar dari neraka maka distribusikanlah harta sesuai dengan jalur yang dibenarkan oleh syariat agama Islam. Yaitu memperhatikan saudara kita sesama muslim yang tidak memiliki kekayaan yang mencukupi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

¹⁴ Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, (Jakarta: Khalifa, 2010), h. 212-218.

2. Syariat Islam tidak hanya menetapkan prinsip-prinsip umum bagi distribusi dan pengendalian distribusi, namun juga merincikan dengan jelas dan lugas, diantaranya dengan menjelaskan cara pendistribusian harta dan sumber-sumbernya yang terpenting. Allah berfirman dalam QS At-Taubah ayat 60 yang berbunyi:

﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ
وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۖ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ۝۶۰ ﴾

Artinya:”Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai sesuatu ketetapan yang diwajibkan Allah; dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.”

Sangat jelas Allah menerangkan dalam ayat diatas bahwasanya sudah ada alat yang dibentuk dalam Islam berupa zakat untuk mendistribusikan sebagian harta yang dimiliki oleh setiap muslim.

3. Banyak dan komprehensifnya sistem dan cara distribusi yang ditegakkan dalam Islam, baik dengan cara pengharusan (wajib) maupun dengan cara suka rela (sunnah). Zakat merupakan cara terpenting yang membantu terealisasinya keadilan distribusi dan keadilan sosial, didalam Islam mendapat tempat besar, yaitu sebagai rukun ketiga dari rukun islam, dan penolakan melaksanakannya

merupakan sebab terpenting dalam memerangnya, seperti yang dilakukan oleh Abu Bakar terhadap orang-orang murtad.

4. Al-Qur'an menyebutkan secara tekstual dan eksplisit tujuan peringanan perbedaan didalam kekayaan, dan mengatasi pemusatan harta dalam kalangan minoritas, setelah Allah Swt. menjelaskan pembagian *fa'I* dimana tujuan tersebut dijelaskan dengan firman-Nya dalam QS Al-Hasyr ayat 7 sebagai berikut:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ
وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةٌ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا إِلَاتُكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ
عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Artinya:”Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, Rasul, kerabat Rasul, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah dia. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah; dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya.”

Ekonomi Islam datang dengan sistem distribusi yang merealisasikan beragam tujuan yang mencakup berbagai bidang kehidupan, dan mengikuti politik terbaik dalam merealisasikan tujuan-tujuan tersebut.¹⁵

Dalam persoalan distribusi kekayaan yang muncul, Islam melalui sistem Ekonomi Islam menetapkan bahwa berbagai mekanisme tertentu yang digunakan untuk mengatasi persoalan distribusi. Mekanisme distribusi yang ada dalam ekonomi

¹⁵ Muh.Said, *Pengantar Ekonomi Islam Dasar-Dasar dan Pengembangan*, (Pekanbaru: Suska Press,2008),h.92-93

Islam secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok mekanisme, yaitu:¹⁶

1. Mekanisme Ekonomi adalah mekanisme yang dapat ditempuh seseorang seperti melalui aktivitas ekonomi yang bersifat produktif yang dikemukakan diatas.

Adapun mekanismenya dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Membuka kesempatan seluas-luasnya bagi berlangsungnya sebab-sebab kepemilikan dalam kepemilikan individu (misalnya, bekerja disektor pertanian, industri, dan perdagangan).
- b. Membuka kesempatan seluas-luasnya bagi berlangsungnya pengembangan harta (tanmiah mal) melalui kegiatan investasi (misalnya, dengan syirkah inan, mudharabah, dahn sebagainya).
- c. Larangan menimbun harta benda (uang,emas, dan perak) walaupun telah dikeluarkan zakatnya. Harta yang ditimbun tidak akan berfungsi ekonomi. Pada gilirannya akan menghambat proses distribusi karena tidak terjadi perputaran harta.
- d. Mengatasi peredaran dan pemusnahan kekayaan disuatu daerah tentu saja dengan pemeratakan peredaran modal dan mendorong tersebar nya pusat-pusat pertumbuhan.
- e. Larangan kegiatan monopoli, serta berbagai penipuan yang dapat mendistorsi pasar.

¹⁶ M.Solahuddin, *Asas-Asas Ekonomi Islam*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada,2007),h.205

- f. Larangan judi,riba,dan korupsi, pemberian suap dan hadiah kepada pengusaha. Semua ini ujung-ujungnya akan mengakumulasikan kekayaan pada pihak yang kuat semata (seperti pengusaha dan konglomerat).
 - g. Memberi kepada rakyat hak pemanfaatan barang-barang (SDA) milik umum (al-milikiyah al-amah) yang dikelola Negara seperti hasil hutan, barang tambang, minyak, listrik, air dan sebagainya demi kesejahteraan rakyat.
2. Mekanisme Non Ekonomi adalah mekanisme yang tidak melalui aktivitas ekonomi yang produktif, melainkan melalui aktivitas non-produktif, misalnya pemberian (hibah, shadaqah, zakat, dan lain-lain) atau warisan. Mekanisme non-ekonomi dimaksudkan untuk melengkapi mekanisme ekonomi dengan tujuan untuk mengatasi distribusi kekayaan agar berjalan secara seimbang dan proporsional (al-tawazun).

Untuk mencapai distribusi kekayaan yang berimbang dan proporsional tersebut dapat ditempuh dengan beberapa cara pendistribusian harta dengan mekanisme non-ekonomi seperti diantaranya:

- a. Pemberian harta Negara kepada warga Negara yang membutuhkan.
- b. Pemberian ZISWA (zakat, infaq, shadaqah, wakaf) serta hibah dan hadiah dari orang yang mampu kepada yang memerlukan.
- c. Pembagian harta warisan kepada ahli waris dan lain-lain.¹⁷

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan perbedaan antara mekanisme ekonomi dan mekanisme non-ekonomi adalah berlandaskan dari tujuan yang ingin

¹⁷ Muhammad, *prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007),h.12-14

dicapai dan sistem ekonomi islam tidak hanya mengatur kegiatan ekonominya untuk mencari keuntungan semata bahkan mengatur untuk kegiatan ekonomi untuk tujuan ibadah.

D. Pengertian Manajemen Resiko

Menurut James A.F Stoner dan Charles Wankel manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian upaya anggota organisasi (manusia) dan dari sumber-sumber organisasi lainnya (materi) untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.¹⁸

Menurut Mary Parker Follet 1997, Manajemen merupakan seni dalam menyelesaikan sesuatu melalui orang lain. *Management is the art of getting thing done through people*¹⁹.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah pencapaian tujuan organisasi dengan cara yang efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian sumber daya organisasi²⁰.

Untuk menganalisa resiko, sebelumnya perlu diketahui kedudukan resiko diantara hazard, peril dan losses yang sebagai berikut:

1. Hazard (bahaya) adalah suatu keadaan yang dapat memperbesar kemungkinan terjadinya suatu peril (bencana) atau *chance of loss* (kesempatan terjadinya kerugian) dari suatu bencana tertentu.

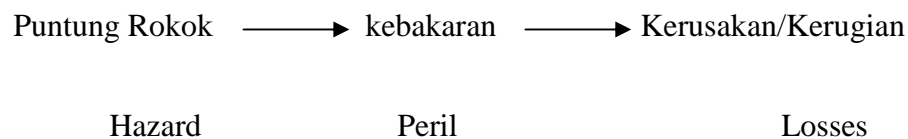
¹⁸ B. Iswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), h. 2

¹⁹ Erni Tisnawati Sule, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 5

²⁰ Richard L. Daft, *Manajemen – Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h.

2. Peril (bencana) adalah suatu keadaan/peristiwa yang dapat menimbulkan kerugian, seperti: kebakaran, banjir, gempa, kecelakaan, peledakan, pencurian, penyakit dan sebagainya.
3. Losses (kerusakan) adalah kerugian yang diderita akibat dari kejadian yang tidak diharapkan tapi ternyata terjadi²¹.

Hubungan antara hazard, peril dan losses dapat dikemukakan sebagai berikut:



Pengertian resiko sudah biasa dipakai dalam kehidupan sehari-hari yang umumnya secara intuitif sudah memahami apa yang dimaksud. Namun pengertian resiko secara ilmiah sampai saat ini masih tetap beragam, yaitu antara lain:

H. Abbas Salim didalam bukunya “*Asuransi dan Manajemen Resiko*” mengatakan bahwa resiko adalah ketidakpastian atau *uncertainly* yang mungkin melahirkan kerugian.²² Menurut Martono dan Agus Harjito pengertian resiko merupakan penyimpangan hasil (*return*) yang diperoleh dari rencana hasil (*return*) yang diharapkan.²³ Sedangkan Ferdinand Silalahi mendefinisikan resiko adalah

²¹ Husen Umar, *Manajemen Resiko Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedi Pustaka Umum, 1998), cet ke-1, h.6

²² H. Abbas Salim, *Asuransi dan Manajemen Resiko*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), cet ke-1 h.4

²³ *Op. cit* Martono dan Agus Harjito, h. 166

penyimpangan hasil aktual dari hasil yang diharapkan.²⁴ Dari berbagai definisi diatas, dapat disimpulkan resiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang tidak diinginkan atau tidak diduga. Dengan kata lain, kemungkinan itu sudah menunjukkan adanya ketidakpastian.

Resiko timbul karena adanya ketidakpastian yang berarti ketidakpastian adalah merupakan kondisi yang menyebabkan tumbuhnya resiko. Karena mengakibatkan keraguan-keraguan seseorang mengenai kemampuan untuk meramalkan kemungkinan terhadap hasil-hasil yang akan terjadi dimasa mendatang, dimana kondisi yang tidak pasti itu karena berbagai sebab, antara lain:

- a. Tenggang waktu antara perencanaan suatu kegiatan sampai kegiatan itu berakhir/menghasilkan, dimana makin panjang tenggang waktunya makin besar makin besar pula ketidakpastiannya.
- b. Keterbatasan informasi yang tersedia yang diperlukan dalam penyusunan rencana.
- c. Keterbatasan pengetahuan/kemampuan/teknik pengambilan keputusan dari perencanaan

Secara garis besar ketidakpastian dapat diklasifikasikan ke dalam:

- a. Ketidakpastian ekonomi (*Economic uncertainty*), yaitu kejadian-kejadian yang timbul sebagai akibat kondisi dan perilaku dari pelaku ekonomi misalnya:

²⁴ Ferdinand Silalahi, *Manajemen Resiko dan Asuransi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1997). Cet ke-1, h. 80

perubahan sikap konsumen, perubahan selera konsumen, perubahan harga, perubahan teknologi, penemuan baru dan sebagainya.

- b. Ketidakpastian alam (*Uncertainty of nature*), yaitu ketidakpastian yang disebabkan oleh alam, misalnya banjir, badai, gempa bumi, kebakaran dan sebagainya.
- c. Ketidakpastian manusia (*Human uncertainty*), yaitu ketidakpastian yang disebabkan oleh perilaku manusia, seperti: peperangan, pencurian, penggelapan, pembunuhan dan sebagainya.²⁵

1. Macam-macam Resiko

Menurut sifatnya resiko dapat dibedakan ke dalam:

- a. Resiko yang tidak disengaja (Resiko Murni), adalah resiko yang apabila terjadi tentu menimbulkan kerugian dan terjadinya tanpa disengaja misalnya: resiko terjadinya kebakaran, bencana alam, pencurian, penggelapan, pengacauan, dan sebagainya.
- b. Resiko yang disengaja (Resiko Spekulatif), adalah resiko yang disengaja ditimbulkan oleh yang bersangkutan, agar terjadinya ketidakpastian memberikan keuntungan kepadanya, seperti: resiko hutang piutang, perjudian, perdagangan berjangka (hedging) dan sebagainya.

²⁵ Soesino Djojosoedarso, *Prinsip-prinsip Manajemen Resiko dan Asuransi*, (Jakarta: Salemba Empat, 1999), Cet. Ke-1, h.2

- c. Resiko Fundamental, adalah resiko penyebab tidak dapat dilimpahkan kepada seseorang dan yang menderita tidak hanya satu atau beberapa orang saja tetapi banyak orang, seperti: banjir, angin topan dan sebagainya.
- d. Resiko Khusus adalah resiko yang bersumber pada peristiwa yang mandiri dan umumnya mudah diketahui penyebabnya, seperti: kapal kandas, pesawat jatuh, tabrakan mobil dan sebagainya.
- e. Resiko Dinamis adalah resiko yang timbul karena perkembangan dan kemajuan (dinamika) masyarakat dibidang ekonomi, ilmu dan teknologi, seperti resiko keungan, resiko penerbangan luar angkasa. Kebalikannya disebut resiko statis, seperti resiko hari tua, resiko kematian dan sebagainya.²⁶

2. Penanggulangan Resiko

Meskipun unsur pokok dari manajemen resiko meliputi identifikasi, mengukur, memonitor, dan mengelola berbagai eksposur risiko, namun semua ini tidak akan dapat diimplementasikan tanpa disertai dengan proses dan sistem yang jelas.²⁷ Oleh karna itu dalam menghadapi kemungkinan timbulnya resiko atau kerugian tersebut maka perlu dipertimbangkan dan perhatikan:

- 1. Apakah telah diadakan analisis terhadap resiko yang mungkin timbul dalam kegiatan usaha dagang

²⁶*Ibid*, h.3

²⁷ Tariqullah dan Habib Ahmad, *Manajemen Risiko Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008) h. 17

2. Usaha-usaha apakah yang akan dijalankan dalam usaha mencegah timbulnya resiko-resiko tersebut dan apabila sudah dijalankan perlu dilihat apakah cukup atau kah belum memadai.
3. Apakah kemampuan keuangan perusahaan/usaha dagangan/usaha dagang cukup memadai untuk menghadapi kemungkinan timbulnya kerugian yang cukup besar.
4. Apakah perusahaan/usaha dagang telah mempunyai insurance plan atau belum, berapa besar yang akan ditanggung baik untuk seluruh atau sebagian apakah ada resiko-resiko yang dipindahkan kepada pihak asuransi atau pihak lainnya.²⁸

Dari pengertian manajemen dan resiko yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan, bahwa manajemen resiko merupakan serangkaian cara, metode atau suatu ilmu pengetahuan yang mempelajari berbagai jenis resiko, bagaimana resiko itu terjadi serta mengelola resiko tersebut dengan tujuan terhindar dari kerugian.

E. Pengertian Manajemen Resiko Islam

Teori Islam memberikan injeksi nilai moral kedalam manajemen, yakni mengatur bagaimana seharusnya individu berperilaku. Tidak ada manajemen dalam Islam kecuali ada nilai atau etika yang melingkupinya, sebagaimana tidak mungkin membangun masyarakat muslim tanpa didasari dengan akhlak.

²⁸ Ferdinad Silalahi, *op. cit*, h. 23

Meskipun unsur pokok dari manajemen resiko meliputi identifikasi, mengukur, memonitor, dan mengelola berbagai ekposur resiko, namun semua ini tidak akan dapat diimplementasikan tanpa disertai dengan proses dan sistem yang jelas.²⁹ Manajemen syariah memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Teori manajemen syariah merupakan teori yang konsisten dan terkait dengan falsafah sosial masyarakat muslim, dan berhubungan dengan akhlak atau nilai-nilai etika sosial yang dipegang teguh oleh masyarakat muslim.
- b. Manajemen syariah konsisten terhadap variabel ekonomi dan motif materi, dan bekerja untuk memenuhi kebutuhan fisiologis individu.
- c. Memperhatikan nilai-nilai kemanusiaan dan spiritual serta memuliakan manusia untuk berpartisipasi dalam aktivitas manajemen memuliakan segala potensi intelektual, kompetensi dan dimensi spiritual.
- d. Konsisten terhadap sistem dan menentukan tanggung jawab dan wewenang, menghormati kekuasaan dan organisasi resmi, menghormati struktur organisasi, dan menuntut ketaatan terhadap kebaikan.³⁰

Manajemen Resiko mempunyai arti yang lebih luas yaitu semua resiko yang terjadi didalam masyarakat (kerugian harta, jiwa, keuangan, usaha dan lain-lain). Ditinjau dari segi manajemen resiko adalah pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen

²⁹ Tariqullah dan Habib Ahmad, *op. cit* h. 17

³⁰ Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah Sebuah kajian Historis dan Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 235-236.

dalam penanggulangan resiko, terutama resiko yang dihadapi oleh organisasi perusahaan/usaha dagang, keluarga, dan masyarakat.³¹

Manajemen resiko didefinisikan sebagai metode logis dan sistemik dalam identifikasi, kuantifikasi menentukan sikap, menetapkan solusi, serta melakukan monitor dan pelaporan resiko yang berlangsung pada setiap aktifitas atau proses.³²

Berdasarkan definisi-definisi yang dijelaskan mengenai manajemen dan resiko diatas penulis berkesimpulan bahwa manajemen resiko islam adalah suatu usaha untuk mencapai tujuan perusahaan/usaha dagang dengan melaksanakan fungsi-fungsi manajemen dalam penanggulangan resiko, yaitu mencakup kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian agar tercapai efektif dan efisiensi yang sesuai dengan ajaran Islam.

1. Tujuan dan Manfaat Resiko

a. Tujuan Manajemn Resiko

Manajemen resiko atau pengelolaan resiko digunakan sebagai dasar untuk dapat memperkirakan bahaya yang akan menimpa dengan perhitungan yang akurat yang berdasarkan kepada berbagai analisis terhadap variable kemungkinan terjadinya resiko dengan pertimbangan yang matang dari berbagai informasi awal sebagai sebelum terjadinya suatu peristiwa yang dapat mengakibatkan suatu kerugian. Secara umum tujuan manajemen resiko adalah:

a. Menyediakan informasi tentang resiko kepada pihak regulator

³¹ Soesino Djojodardarsono, *op. cit*, h.4

³² Ferry N. Idroes, *Manajemen Resiko Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2008), cet ke-1, h.5

- b. Meminimalisasi kerugian dari berbagai resiko yang bersifat *uncontrolled* (tidak dapat diterima)
- c. Mengalokasikan modal dan membatasi resiko³³
- d. Agar perusahaan tetap hidup dengan perkembangan yang berkesinambungan
- e. Memberikan rasa aman
- f. Biaya *risk manajemen* yang efisien dan efektifitas
- g. Agar pendapatan perusahaan stabil dan wajar, memberikan kepuasan bagi pemilik dan pihak lain

Berdasarkan tujuan yang telah dijelaskan di atas maka secara umum penerapan manajemen resiko di suatu perusahaan merupakan salah satu cara untuk tercapainya tujuan perusahaan. Hal ini sejalan dengan tujuan manajemen resiko Islam yaitu menghindari pemborosan.

Menurut Ali Yafie, upaya memelihara diri dan harta kekayaan dari kemusnahan, kehilangan dan penderitaan adalah tuntunan nairiah yang didukung oleh ketentuan Islam sendiri tidak mencegah seseorang melakukan upaya-upaya yang dianggap perlu untuk menjamin ketentuannya.

b. Manfaat Manajemen Resiko

Manajemen resiko sangat penting bagi kelangsungan suatu usaha atau kegiatan. Manajemen resiko merupakan alat untuk melindungi perusahaan dari setiap

³³ Adiwarman A Karim, *Bank Islam Analisa Fiqh Dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 255

kemungkinan yang merugikan. Tanpa menerapkan manajemen resiko perusahaan dihadapkan dengan ketidak pastian.

Dengan melaksanakan manajemen resiko maka dapat diperoleh berbagai manfaat antara lain:

- a. Menjamin kelangsungan usaha dengan mengurangi resiko dari setiap kegiatan yang mengandung resiko
- b. Menekan biaya untuk penanggulangan kejadian yang tidak diinginkan
- c. Menimbulkan rasa aman dikalangan pemegang saham mengenai kelangsungan dan keamanan investasinya.
- d. Meningkatkan pemahaman dan kesadaran mengenai resiko operasi bagi setiap unsur dalam organisasi atau perusahaan
- e. Memenuhi persyaratan perundangan yang berlaku³⁴
- f. Dapat meningkatkan laba dengan jalan mengurangi pengeluaran , atau menunjang secara angung peningkatan laba
- g. Dapat mengurangi fluktuasi laba tahunan dan aliran kas³⁵

³⁴ Soehatman Ramli, *Pedoman Praktis Manajemn Resiko Dalam Prespektif K3 OHS Risk Management*, (Jakarta: PT. Dian Rakyat, 2010), h.4

³⁵ Herman Darmawi, *Manajemen Resiko*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h.11